

Games Industry Management

Gründung, Strategie und Leadership - Theoretische Grundlagen

Dieses Buch dokumentiert und analysiert die marktorientierte Unternehmensführung in der Games-Branche sowie die damit einhergehenden Managementprozesse. Unternehmensgründungen werden unter branchenrelevanten Aspekten dargestellt, die Erstellung von Businessplänen, das Gewinnen von Pitches sowie die Möglichkeiten der Unternehmensfinanzierung, auch durch Förderprogramme, werden aufgezeigt und durch konkrete Handlungsempfehlungen abgerundet. Die Zusammenstellung von Teams einschließlich der Aspekte des Female Managements und Diversity sowie die erfolgsorientierte Unternehmensführung werden praxisnah erläutert. Zahlreiche strategische und taktisch-operative Analysen, die für die erfolgreiche Vermarktung von Videogames entscheidend sind, werden anhand von über 100 Fallbeispielen dokumentiert. Managemententscheidungen, einschließlich der Games-Unternehmen Tencent, Electronic Arts, Ubisoft, Crytek, Plaion, Deck 13 und Microsoft, werden im Kontext des unternehmerischen Erfolgs beleuchtet. Künstliche Intelligenz, Neuronale Netzwerke, Bilderkennung, Spracherkennung und Chatbots in Computerspielen werden verständlich erklärt. Monetarisierungsmodelle, Spielökonomien, Blockchain und Non-Fungible Tokens (NFTs) werden ebenso erläutert wie KI-basierte Planung & Prognosemodelle für In-Game Items. Die Vertriebskanäle und Businessopportunitäten für Online- und Mobile Games sowie E-Sports und Serious Games werden aufgezeigt. Aktuelle Entwicklungen im Game Design, bei Game-Engines, dem Game Hacking und bei Gamification werden dokumentiert. Ein einzigartiges Fachbuch, der bereits in der 2. Auflage veröffentlicht wird, für Studierende mit Schwerpunkt Games Management, aber auch für Unternehmensgründer, Manager und Investoren der Games-Branche.

Dieses Buch dokumentiert und analysiert die marktorientierte Unternehmensführung in der Games-Branche sowie die damit einhergehenden Managementprozesse. Unternehmensgründungen werden unter branchenrelevanten Aspekten dargestellt, die Erstellung von Businessplänen, das Gewinnen von Pitches sowie die Möglichkeiten der Unternehmensfinanzierung, auch durch Förderprogramme, werden aufgezeigt und durch konkrete Handlungsempfehlungen abgerundet. Die Zusammenstellung von Teams einschließlich der Aspekte des Female Managements und Diversity sowie die erfolgsorientierte Unternehmensführung werden praxisnah erläutert. Zahlreiche strategische und taktisch-operative Analysen, die für die erfolgreiche Vermarktung von Videogames entscheidend sind, werden anhand von über 100 Fallbeispielen dokumentiert. Managemententscheidungen, einschließlich der Games-Unternehmen Tencent, Electronic Arts, Ubisoft, Crytek, Plaion, Deck 13 und Microsoft, werden im Kontext des unternehmerischen Erfolgs beleuchtet. Künstliche Intelligenz, Neuronale Netzwerke, Bilderkennung, Spracherkennung und Chatbots in Computerspielen werden verständlich erklärt. Monetarisierungsmodelle, Spielökonomien, Blockchain und Non-Fungible Tokens (NFTs) werden ebenso erläutert wie KI-basierte Planung & Prognosemodelle für In-Game Items. Die Vertriebskanäle und Businessopportunitäten für Online- und Mobile Games sowie E-Sports und Serious Games werden aufgezeigt. Aktuelle Entwicklungen im Game Design, bei Game-Engines, dem Game Hacking und bei Gamification werden dokumentiert. Ein einzigartiges Fachbuch, der bereits in der 2. Auflage veröffentlicht wird, für Studierende mit Schwerpunkt Games Management, aber auch für Unternehmensgründer, Manager und Investoren der Games-Branche.



74,99 €

70,08 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783662657270

Medium: Buch

ISBN: 978-3-662-65727-0

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 03.03.2023

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 2., vollständig überarbeitete Auflage 2023

Produktform: Gebunden

Gewicht: 1337 g

Seiten: 662

Format (B x H): 173 x 246 mm

